



# 新たな取り組みにチャレンジしています

フードバレーとかがち



## 赤部 順哉

中札内村  
株式会社 十勝野フロマージュ  
大自然のもとで育まれた健康な牛から搾った生乳を原料に、ノルマンディーのカマンベールを基本としながら日本人の舌に合った食べやすいチーズをつくっています。

## チーズ王国十勝を目指します!!

### ■工場設備の適度な機械化・効率化を図ります!

従業員の負担を減らす適度な機械化と、消費者が商品に求める手づくりの付加価値を組み合わせた工場経営を目指します。

### ■製造・販売体系の工夫を行います!

販売価格が、チーズ消費量と大きく関わってくるため、購入しやすい価格設定を検討します。また、店舗でのディスプレイ方法の変更や、他商品と合わせた陳列方法により、販売展示方法を工夫します。



## いまの課題は?

- 「酪農王国」と呼ばれる十勝において、今後も酪農経営を維持発展させるためには、チーズなどの乳製品の加工製造を増やすことが重要です。
- そのためには、「十勝」で製造されるチーズのブランド化や産地呼称制度の導入など、高品質化、他の地域との差別化に向けた取り組みが必要となります。

フランスのナチュラルチーズは約300種類以上あり、1人当たりの年間チーズ消費量は、日本人の13倍にものぼります。



## チャレンジ実現に向けた研究内容は?

「ひとつの村にひとつのチーズ」と言われる程に、チーズの生産が盛んなフランス。今回は、9つの地方を訪れ、それぞれにおけるチーズ製造の現場を視察しました!



訪れた10数カ所の工場（一部農家）の多くで、作業を機械化している部分と人の手でやっている部分がありました。効率を考えて、あえて人の手でやっているという作業も。



工場や市場では多種多様なチーズと共に、肉の加工品やワインなどが並べられていました。何かと合わせて購入できることで、チーズを買う楽しみが広がる工夫がされています。当店でも、こういったディスプレイを工夫することで、消費者に与えるチーズの印象が大きく変わると思います。



チーズ職人を育てる学校がありました（写真左）。また、原産地呼称制度の走りとなったロックフォールの、パピオン社も視察しました。その地域で作られていることの独自性をアピールする、画期的な手法です。

フードバレーとかがち推進協議会の支援（十勝人チャレンジ支援事業）を活用して、以下のテーマで調査研究を行いました。

【テーマ】 チーズ王国フランスの現地視察調査に学ぶ 十勝地方におけるナチュラルチーズの生産体制とマーケティングの研究

### 十勝人チャレンジ支援事業とは?

新たな取り組みにチャレンジする人を支える事業。単なる視察旅行ではなく、自身の経営課題を再認識し、その課題解決のために何が必要か調査研究を行い、実践していくものです。